

Pengaruh Kualitas Produk dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Raket Pada Pemain Di Kabupaten Lamongan

M Adhitya Nugraha Pratama¹⁾

- 1) Mahasiswa S1 Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya.
E-mail: m.adhityapratama@mhs.unesa.ac.id

Dr. Harti, Draa., M.Si²⁾

- 2) Dosen S1 Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian raket pada klub bulu tangkis di GOR ONG. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive random sampling dan diperoleh sampel sebanyak 90 orang responden pemain bulu tangkis di GOR ONG. Variabel dependen (Y) pada penelitian ini adalah keputusan pembelian. Variabel independen (X) meliputi kualitas produk (X1) dan kelompok referensi (X2). Metode analisis data dengan menggunakan regresi linear berganda. Sedangkan untuk olah data menggunakan IBM SPSS statistik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan variabel kelompok referensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dari hasil pengujian sementara secara simultan kualitas produk dan kelompok referensi berpengaruh positif dan signifikan Terhadap keputusan pembelian. Variabel yang berpengaruh paling dominan adalah kualitas produk.

Kata Kunci: kualitas produk, kelompok referensi dan keputusan pembelian

Abstract

This study aimed to determine the effect of the product quality and the reference group on buying decision racket at badminton club in GOR ONG. The method used to collect the samples using purposive random sampling and obtained a sample of 90 respondents badminton players in GOR ONG. The dependent variable (Y) in this study was a buying decision. The independent variable (X) include the quality of the product (X1) and the reference group (X2). Methods of data analysis using multiple linear regression. As for data processing using IBM SPSS statistics.

The results showed that partially variable product quality positive and significant impact on buying decisions and the reference group variable positive and significant impact on buying decisions, from the test results simultaneously positive on quality of the product and the reference group and significant influence on buying decisions. The most dominant variable is the product quality.

Keywords: Product Quality, Reference Group, Purchase Decision

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Bulu tangkis merupakan salah satu olahraga yang menggabungkan unsur kelenturan dan ketahanan fisik yang kuat karena olahraga ini cukup menguras tenaga, selain itu olahraga ini juga dapat dengan mudah dimainkan baik berkelompok maupun masing masing. banyaknya minat terkait permintaan bermain bulu tangkis yang di tandai dengan banyak nya klub bulutangkis yang berdiri di Lamongan membuat para pengusaha memandangnya sebagai peluang bisnis untuk menyediakan lapangan dalam memfasilitasi para pemain yang ada.

Terdapat lebih dari 4 GOR di lamongan dimana masing masing GOR bulutangkis tersebut memiliki fasilitas masing masing yang berbeda, seperti contoh

salah satu GOR (Gedung Olahraga) yang ada di lamongan rata-rata memiliki 4 lapangan berfasilitas 3 kamar mandi dan 3 tingkat tribun disemua sisinya, selain fasilitas gedung yang beragam di lamongan juga diadakan ajang pertandingan bulutangkis se Jawa-bali yang disponsori oleh adidas. Hal ini tentu membuat GOR (Gedung olahraga) yang ada di lamongan dikenal luas karena sebelumnya belum ada even besar yang bisa diadakan di lamongan. Hal lain yang tidak kalah penting dari tersedianya lapangan untuk bermain bulutangkis adalah raket yang handal dan mampu menunjang performa permainan para atlet.

Perkembangan raket yang digunakan untuk bermain bulutangkis terus mengalami peningkatan kualitas untuk

Pengaruh Kualitas Produk dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Raket Pada Pemain Di Kabupaten Lamongan

menunjang performa permainan para atlet. Menurut Kotler dan Armstrong (2012) kualitas suatu produk dapat dilihat dari bagaimana sebuah produk dapat melaksanakan fungsinya, hal ini termasuk dalam keseluruhan reliabilitas, durabilitas, kemudahan pengoperasian, ketepatan, dan reparasi. Standar raket yang beredar di Indonesia saat ini rata-rata memiliki panjang 67,95cm, dengan kepala raket yang mempunyai panjang 29,21cm, lebar 22,86cm, raket bulutangkis sendiri pada umumnya dibagi dalam beberapa ukuran berat dengan kode 'U' diantaranya U, 2U, 3U, 4U, 5U dimana semakin rendah nilai 'U' raket akan semakin berat (<http://www.kabarsport.com>)

Perkembangan raket ini di ikuti oleh beberapa Negara di Asia – Eropa seperti Cina, Jepang, Amerika, dan Indonesia. Di Indonesia juga banyak raket yang telah beredar seperti; Yonex, Reinforce Speed, Astec, Spech, Li-ning, Tolsen, Hard, E-box, Victor, Adidas, serta Fly-Power yang merupakan produk dalam negeri dan di produksi oleh perusahaan milik Harryanto Arbi yang merupakan salah satu atlet bulutangkis profesional yang pernah menjuarai berbagai turnamen bulutangkis bertaraf internasional, dan pernah memperkuat tim Indonesia di ajang Thomas Cup tahun 1994, 1996, 1998 dan 2000. (<http://flypower-arbi.com/en/>)

Banyaknya brand yang beredar di Indonesia membuat persaingan bisnis raket di tanah air sangat kuat. Peningkatan kualitas produk terus ditingkatkan untuk menarik minat konsumen dalam membeli. Persaingan ini membuat produk raket merek Yonex tidak lagi menjadi pilihan utama untuk konsumen. Ketersediaan tipe produk dan penggunaan bintang atlet yang di idamkan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Karna penggunaan atlet terkenal sebagai media promosi dalam merek raket menimbulkan sugesti bahwa merek raket tersebut adalah merek yang baik. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan

Di kabupaten lamongan sendiri, klub-klub bulutangkis yang sudah berdiri belum memiliki seponsor, Oleh sebab belum adanya klub yang memiliki sponsor, para konsumen cenderung lebih bebas dalam menentukan pilihan raket sesuai gaya bermain masing-masing. Karna banyaknya merek raket yang beredar di pasaran membuat para atlet tidak memiliki batasan dalam melakukan keputusan pembelian yang juga tentu saja akan membuat mereka bingung seperti memilih merek mana yang sesuai dan jenis atau tipe raket yang di gunakan. Menurut Swasta dan Handoko (2000),

keputusan pembelian adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan. Sebelum seseorang memutuskan untuk membeli mereka akan berusaha mengenali kebutuhan dan mencari informasi agar bias mendapatkan barang yang sesuai dengan keinginan mereka, salah satu hal yang akan di lakukan konsumen adalah dengan masuk sebuah klub atau perkumpulan profesional guna mendapat apa yang mereka butuhkan.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis ingin meneliti mengenai **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Raket Pada Pemain Di Kabupaten Lamongan”**.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian raket pada pemain di Kabupaten Lamongan?
2. Apakah kelompok referensi berpengaruh terhadap keputusan pembelian raket pada pemain di Kabupaten Lamongan?
3. Apakah kualitas produk dan kelompok referensi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian raket pada pemain di Kabupaten Lamongan?

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian raket pada pemain di Kabupaten Lamongan
2. Mengetahui pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian raket pada pemain di Kabupaten Lamongan
3. Mengetahui pengaruh kualitas produk dan kelompok referensi secara simultan terhadap keputusan pembelian raket pada pemain di Kabupaten Lamongan

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Daming dalam Yamit (2001:7) mendefinisikan bahwa kualitas adalah apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Salah satu keunggulan perusahaan dalam menghadapi persaingan yang paling utama adalah kualitas produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kotler (2010:361) kualitas produk dapat dimasukkan ke dalam 9 dimensi yang terkait dalam penelitian ini diantaranya adalah bentuk, kinerja, ciri-ciri produk, daya tahan, dan gaya.

Kelompok Referensi

schiffman dan kanuk (2004 : 291) didefinisikan sebagai setiap orang atau kelompok yang dianggap sebagai dasar perbandingan (rujukan) bagi seseorang dalam membentuk nilai-nilai dan sikap umum atau khusus atau pedoman khusus bagi perilaku. Tudor & Carley (1998) dalam jurnalnya yang berpendapat bahwa kelompok referensi dapat diukur dengan menggunakan dua indikator, yaitu pengaruh normatif dan pengaruh informasional. Kelompok referensi dengan pengaruh normatif adalah keinginan untuk memenuhi harapan orang lain atau kelompok, dan kelompok referensi dengan pengaruh informasional merupakan pengaruh untuk menerima informasi yang diperoleh dari orang lain sebagai bukti tentang realitas.

Keputusan Pembelian

Menurut Swasta dan Handoko (2000), keputusan pembelian adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan. Indikator dalam keputusan pembelian yang digunakan dalam penelitian ini menurut kottler (2012:166) yaitu proses keputusan pembelian lima tahap yang hanya di gunakan empat diantaranya pengenalan kebutuhan, pencarian informasi sebelum membeli (*Pre-Purchase Search*), Pemilihan Alternaaive, keputusan pembelian.

METODE

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah para pemain bulu tangkis yang bermain di GOR ONG yang berjumlah 122 pemain. Sampel penelitian ini menggunakan teknik *sampling purposive* dan penentuan jumlah sampel menggunakan table kretjie dengan tingkat taraf kesalahan 5% maka diambil sampel sebanyak 90 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah angket dengan skala pengukuran

menggunakan 5 skala Likert. Adapun teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda, koefisien determinasi, dan uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil uji multikolonieritas menunjukkan nilai *tolerance* 0,790 > 0,1 dan VIF 1,266 < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi.

Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas, penelitian ini memiliki sebaran titik yang acak baik dibawah angka 0 dari sumbu Y, artinya tidak terjadi heterokedestisitas.

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan One Sample Kolmogorov-Smirnov diperoleh nilai signifikansi 0,200 > 0,05 yang berarti bahwa data terdistribusi normal.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	17.718	2.941		6.025	.000
Kualitas	.324	.054	.515	6.009	.000
referensi	.281	.080	.299	3.490	.001

a. Dependent Variable: pembeli

Persaman regresi linier berganda dalam penelitian ini diperoleh hasil $Y = 17,718 + 0,324 X_1 + 0,281 X_2 + e$ dan besarnya koefisien regresi sebesar 48,4% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini yang dijelaskan pada tabel dibawah ini.

Tabel 2. Koefisien Determinan

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.704 ^a	.495	.484	2.79340

a. Predictors: (Constant), referensi, kualitas

b. Dependent Variable: pembeli

Uji Hipotesis

Uji t

Pengaruh Kualitas Produk dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Raket Pada Pemain Di Kabupaten Lamongan

Uji t pada penelitian ini menunjukkan hasil bahwa variabel Artinya variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ atau 5%. Sedangkan pada variabel kelompok referensi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ atau 5%. Hasil uji di atas dapat dijelaskan pada tabel 1 di bawah ini.

Tabel 3. Uji T

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	17.718	2.941		6.025	.000
kualitas	.324	.054	.515	6.009	.000
referensi	.281	.080	.299	3.490	.001

a. Dependent Variable: pembeli

Uji F

Pada uji F, variabel kualitas produk dan kelompok referensi secara simultan memiliki hubungan yang positif dan berpengaruh terhadap keputusan pembelian raket dengan nilai signifikansi 0,000. Hasil uji di atas dapat dijelaskan pada tabel di bawah ini.

Tabel 4. Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	666.734	2	333.367	42.723	.000 ^b
Residual	678.866	87	7.803		
Total	1345.600	89			

a. Dependent Variable: pembeli

b. Predictors: (Constant), referensi, kualitas

PEMBAHASAN

Data hasil analisis data yang dilakukan, maka pengaruh antara Kualitas Produk (X1) dan Kelompok Referensi (X2) terhadap variabel Keputusan pembelian (Y) dapat dijelaskan sebagai berikut:

Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) raket pada pemain di Kabupaten Lamongan

Kualitas produk berpengaruh sebesar 6,009 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ atau 5%. Yang artinya jika kualitas produk (X1) naik maka keputusan pembelian (Y) juga akan naik. Jika kualitas produk turun (X1) turun maka keputusan pembelian (Y) juga akan turun.

Konsumen menjadi teliti dalam melakukan pembelian dan pemilihan merek atas produk yang mereka inginkan sehingga perusahaan akan memberikan produk terbaik yang dapat memenuhi selera konsumen (Kotler dan Keller, 2009:292 Dalam Prakoso dan Iriani tahun 2015)

Kualitas produk pada raket sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian para pemain di GOR ONG Lamongan yang mayoritas respondennya adalah 87% adalah laki-laki. Hal ini sejalan dengan hasil responden yang menyatakan pada indikator kualitas produk rata-rata responden menyatakan setuju dan sangat setuju pada item yang mengukur kualitas raket seperti bentuk raket yang dipilih oleh para atlet disesuaikan dengan tipe permainan untuk memaksimalkan performa selain itu tipe raket yang dipilih juga disesuaikan dengan gaya bermain dengan menggunakan tiga tipe raket yang ada.

Dari sisi bahan para atlet lebih memilih raket dengan bahan grafit yang berupa carbon dibandingkan aluminium, bahan grafit carbon lebih diminati karena ringan dan kuat sehingga mudah digunakan untuk menyerang lawan karena mayoritas responden terdiri dari perkumpulan remaja hingga dewasa mulai dari rentan usia 16 – 21 tahun berjumlah 22, usia 22-27 tahun berjumlah 28, usia 28-35 tahun berjumlah 17 orang rata-rata dalam rentan usia 16-35 tahun seseorang masih memiliki banyak tenaga dan kondisi tubuh yang bugar.

Dari jenis raket yang ada terdapat dua jenis raket diantaranya raket training dan player, yang mana para atlet di GOR ONG memilih raket sesuai dengan tujuan dan fungsi dari masing-masing jenis raket. Para atlet di GOR ONG juga memiliki pandangan bahwa raket yang baik adalah raket yang tahan dengan benturan kuat dan awet dikarenakan mayoritas pengguna lapangan adalah anak remaja yang tidak memiliki banyak budget untuk berganti ganti raket jika rusak. Hal ini dibuktikan dalam anket pernyataan nomor 12 yang berbunyi 'saya merasakannya yang kuat dan tahan lama sangat cocok dengan saya' 69 orang menjawab setuju dan sangat setuju dan sisanya menjawab kurang setuju dikarenakan tidak semua responden berumur muda.

Selain dari sisi ketahanan para atlet juga tidak mengesampingkan sisi desain dari raket yang mereka hendak beli karena dirasa dapat menambah rasa percaya diri dan nyaman saat digunakan. Sehingga Sesuai dengan pendapat Kotler dalam Jurnal Utari Wijayati (2013) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Maka semakin banyak konsumen yang akan melakukan pembelian karena akan memberikan

kepuasan sehingga menimbulkan keinginan untuk membeli produk tersebut pada waktu mendatang

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Praba Sulistyawati (2009) Menunjukkan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yang terlihat dari koefisien variabel kualitas produk. Serta penelitian dari Anwar dan Satrio (2015) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian, jika kualitas produk naik maka keputusan pembelian akan naik dan sebaliknya jika kualitas produk turun maka keputusan pembelian akan juga turun.

Hal ini juga sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (2011:258) dalam Anwar dan Satrio (2015) kualitas produk adalah Kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya. Salah satu nilai utama yang diharapkan oleh pelanggan dari produsen adalah kualitas produk yang tertinggi. Dimana semakin tinggi kualitas produk (bentuk, kinerja, ciri-ciri produk, ketahanan, dan gaya) yang diberikan maka akan meningkatkan keputusan pembelian.

Pengaruh kelompok referensi (X₂) terhadap keputusan pembelian (Y) raket pada pemain di Kabupaten Lamongan

Kelompok referensi berpengaruh sebesar 3,490 dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ atau 5%.. Yang artinya jika kelompok referensi (X₂) naik maka keputusan pembelian (Y) juga akan ikut naik. Hal ini menjelaskan bahwa kelompok referensi memberikan dorongan terhadap keputusan pembelian raket pada pemain di GOR ONG.

Kelompok referensi sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian para pemain di GOR ONG Lamongan. Pada hakikatnya, individu bergabung dengan sebuah group atau kelompok referensi untuk tiga alasan yang pertama untuk mendapatkan pengetahuan yang berharga, kedua untuk mendapatkan penghargaan atau menghindari hukuman, dan ketiga untuk mendapatkan makna untuk membangun, memodifikasi atau memelihara konsep pribadi mereka (Peter & Olson, 2000 Dalam Arfy dan Ilhamuddin)

Kelompok referensi sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian para pemain di GOR ONG Lamongan. Hal ini sejalan dengan hasil responden yang menyatakan pada indikator kelompok referensi rata-rata responden menyatakan setuju dan sangat setuju pada item yang mengukur kelompok referensi seperti pengaruh normatif yang dipengaruhi dari penggunaan

raket disekitar seperti pada data responden di atas mayoritas anak muda menggunakan raket Hard dimana artinya kebanyakan dari pemain lebih memilih menggunakan raket yang sudah digunakan oleh kebanyakan orang di dalam GOR, selain itu saran dari teman dan keluarga ikut mempengaruhi keputusan pembelian. Namun dalam pernyataan angket nomer 17 yang berbunyi 'saya mendapat saran dari teman saya untuk membeli raket dengan merek tertentu' terdapat 16 orang responden yang menjawab tidak setuju, hal ini membuktikan bahwa tidak semua responden di GOR ONG mau menerima saran untuk membeli sebuah raket dikarenakan dalam penelitian ini juga terdapat responden dengan rentan usia >41 tahun dimana mereka lebih memiliki pandangan tentang raket yang baik berdasarkan pengalaman pribadi.

para pemain di GOR ONG tidak menerima saran dari kelompok bulu tangkis untuk membeli raket dengan merek tertentu di buktikan dengan jawaban responden terkait dalam pernyataan angket nomer 19 dengan jumlah 33 responden menjawab 'kurang setuju' dikarenakan di dalam GOR ONG tidak ada paksaan untuk menggunakan raket dengan merek tertentu, semua pemain diberi kebebasan menggunakan raket yang mereka inginkan.

Pengaruh informasional juga ikut berperan dimana para pemain sangat mendengarkan rekomendasi dari temannya dan mencari informasi terkait raket yang diinginkannya kepada kelompok profesional di dalam gedung olahraga ONG yang dibuktikan dalam pernyataan angket nomer 21 yang berbunyi 'saya selalu mencari informasi terkait merek raket tertentu' dengan jumlah responden sebanyak 67 orang menjawab setuju dan sangat setuju. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh park dan lessing (1997) yang mengatakan terdapat tiga hal yang dapat mempengaruhi diantaranya pengaruh normatif dimana pengaruh normative dapat mempengaruhi individu untuk membeli atau menggunakan suatu merek yang berasal dari referensi kelompoknya, dan juga terdapat pengaruh informasional dimana individu mencari informasi tentang merek tertentu dari sebuah perkumpulan profesional seperti seseorang yang mencari tentang bagai mana raket yang baik dan bagus kepada klub bulu tangkis atau kelompok ahli.

Kelompok referensi sendiri merupakan kumpulan dari satu atau lebih orang yang terlibat didalamnya dan dijadikan sebagai dasar keputusan dan pola pengambilan keputusan konsumen dimana kelompok referensi dapat dipengaruhi dalam dua hal yaitu pengaruh normative yang merupakan keinginan untuk memenuhi harapan orang lain atau pengaruh informasional yang merupakan pengaruh untuk

Pengaruh Kualitas Produk dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Raket Pada Pemain Di Kabupaten Lamongan

menerima informasi yang diperoleh dari orang lain sebagai bukti tentang realitas.

Dalam penelitian Arfy, Ilhamuddin (2012) menyatakan bahwa Pengaruh informasi mempengaruhi keputusan pembelian kamera DSLR merek Nikon dan Canon. Hal ini berarti, konsumen melalui tahap informasi secara maksimal sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian kamera DSLR merek Nikon dan Canon, pengaruh informasi dan nilai-ekspresif mempengaruhi keputusan pembelian kamera DSLR merek Nikon dan Canon, pengaruh normatif membuat konsumen memiliki pandangan terhadap banyaknya pilihan produk dan merek, serta membuat konsumen selalu melibatkan opini obyektif tentang apa yang harus dilakukan.

Pengaruh kualitas produk (X1) dan kelompok referensi (X2) terhadap keputusan pembelian raket pada pemain di Kabupaten Lamongan

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda bahwa nilai koefisien berdasarkan pada masing – masing variabel bebas. Hasil tersebut menunjukkan hubungan searah antara variabel kualitas produk (X1) dan kelompok referensi (X2) secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y) pada pemain di GOR ONG. Dari nilai koefisien berganda (Adjusted R) dapat diartikan bahwa terdapat hubungan kuat dari perubahan keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh variabel bebas kualitas produk (X1) dan kelompok referensi (X2).

Perkembangan dan teknologi pembuatan raket semakin canggih dengan menggunakan teknologi nano yang membuat serat dari bingkari raket menjadi kokoh namun tetap ringan karena menggunakan grafit berbahan karbon. Jenis dan tipenya pun sekarang sangat beragam mulai dari jenis player maupun training menggunakan tipe *divensive*, *offensive*, ataupun *offersize*, para pemain memiliki kebebasan dalam menentukan pilihan sesuai dengan kualitas yang dibutuhkan dan gaya bermain yang diinginkan, namun kebebasan memilih hanya bisa terjadi jika klub bulu tangkis profesional yang ditempatinya belum memiliki sponsor, seperti pada klub bulu tangkis yang ada di Lamongan. Mayoritas klub yang berlatih di GOR ONG belum terikat oleh sponsor sehingga kelompok referensi sangat mempengaruhi keadaan di lapangan yang mana terdapat pengaruh normative kebiasaan dari anggota klub menggunakan merek tertentu meskipun tidak terikat sponsor dan pengaruh informasional dari anggota klub yang memberikan informasi secara menyeluruh tentang raket yang digunakannya dapat membuat konsumen percaya. Selain itu kualitas produk raket yang dapat dari bentuk,

kinerja, ciri-ciri produk, ketahanan, dan gaya dapat dirasakan langsung oleh konsumen dengan mencoba dan meminjam raket anggota klub sebelum memutuskan untuk membeli.

Dari uji F diketahui bahwa variabel bebas kelompok referensi (X1) dan kualitas produk (X2) memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian raket pada pemain di GOR ONG. dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Utari Wijayati menyatakan bahwa kelompok referensi dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan analisis data dengan menggunakan SPSS versi 23 pada bab IV, maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, begitu juga kelompok referensi. Variabel kualitas produk dan kelompok referensi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Saran

1. Variabel kualitas produk merupakan variabel yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian dimana seseorang mempertimbangkan keputusan pembeliannya melalui bagaimana raket dalam memperagakan fungsinya dalam dimensi yang telah dijelaskan.
2. Variabel kelompok referensi merupakan variabel yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian dimana semakin tinggi rekomendasi seseorang atau informasi yang dibagikan semakin tinggi pula tingkat kemungkinan seorang konsumen akan membeli

DAFTAR PUSTAKA

Kotler, Philip and Garry Armstrong. 2012. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta. Erlangga.

Swasta, Basu dan Handoko, T.Hani, 2000, Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua Liberty. Yogyakarta

Yamit, Zulian. 2001. Manajemen Kualitas Produk dan Jasa, Yogyakarta: Ekonosia

Tudor, Keith R. & Carley, Susan S. 1998. Reference Group Theory Revisited. Journal International (Online). <http://www.sbaer.uca.edu/res5/6/2004> diakses pada 3 Februari 2017

Kotler, Philuip. Keler, Kevin, L. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi Ketiga Belas. Jilid 1. Terjemahan Oleh Bob Sabran. Jakarta: Airlangga.

Prakoso, Haryogi Widya. Iriani, Sri Setyo. 2015. Pengaruh Kualitas Produk dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Satria F150. Universitas Negri Surabaya.

Sulistiyawati, Praba. 2009. Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer Di Kota Semarang. Jurnal Ekonomi Manajemen. Universita Diponegoro Semarang.

Anwar, Satrio. 2015. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Vol 4. Surabaya

Park, W.C., and Lessing, P.V. 1997. Students and Housewives : Differences in susceptibility to Reference Group Influence. Journal of Consumer Research, Volume 4p 102-110

Arfy, Rizka, Widya. Ilhammuddin. 2012. Pengaruh Reference Group Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bermerek (Studi pada Komunitas Pengguna Kamera DSLR Merek Nikon dan Canon). Malang.

Kotler, Philip. Keller. Lane, Kevin 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 13, Jilid 1. Yogyakarta: Erlangga.

Kotler. Philip. 1999. Manajemen Pemasaran, Jilid satu, Edisi ke enam. Indonesia : Erlangga.

Swasta. Basu, Irawan. 2008. Manajemen Pemasaran Modern, Edisi kedua. Yogyakarta : Liberty Offset.

Meitha. 2015. Pengaruh kelompok referensi, kepercayaan merek dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas merek aplikasi pesan instan. Yogyakarta

Wahyuni. Catur. Hana, Dkk. 2015. Pengendalian Kualitas. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Wijayati, Utari. 2013. Pengaruh Kelompok Acuan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas Export pada PT. Esonindo Multi Product Industry di Bandung. Bandung

Zahra, Hayyuna, Nadiastika. Dkk. 2016. Pengaruh Kelompok Acuan Terhadap Sikap dan Niat Pembelian Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Rumah Makan Kimbab Rina, Malang). Vol 37 No 2. Malang